

DAFTAR PUSTAKA

- Adikari, S. B., & Sharma, A. (2018). Marketing Pattern Of Rubber Plantation In Tripura. *International Journal Of Current Microbiology And Applied Sciences*, 7(06), 847–853. <https://doi.org/10.20546/Ijcmas.2018.706.099>
- Agic, E., Cinjarevic, M., Kurtovic, E., & Cicic, M. (2016). Strategic Marketing Patterns And Performance Implications. *European Journal Of Marketing*, 50(12), 2216–2248. <https://doi.org/10.1108/Ejm-08-2015-0589>
- Amilia, S., & Novianti, A. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Kanasha Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(1), 459–468.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. Jejak.
- Anugrah, R. J. (2020). Efektifitas Penerapan Strategi Online Marketing Oleh Umkm Dalam Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (Psbb) Corona Viruses Disease 2019 (Covid-19). *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova)*, 2(2), 55–65. <https://doi.org/10.15642/Manova.V3i2.302>
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*, 10(1), 20–27. <https://doi.org/10.30998/Sosioekons.V10i1.2223>
- Arifin, S. M., & Abdillah, Y. (2018). Penerapan Blue Ocean Strategy (Bos) Dalam Usaha Memasuki Pasar Internasional (Studi Pada Umkm Pricilla Jilbab Bolak Balik). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 61(2), 38–47. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/Jab/article/view/2570/2964>
- Aryasmini, N. P. S. (2015). Kecenderungan Omset Penjualan Barang Elektronik Dan Furniture Pada Ud R. Cemerlang Sejahtera Singaraja. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 1–11.
- Asmawan, M. C. (2017). Dampak Mata Kuliah Praktek Kewirausahaan Terhadap Motivasi Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Untuk Berwirausaha. *Seminar Nasional Pendidikan 2017*, 160–167.
- Aulia, M., & Hidayat, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(5), 1–17. <http://www.Elsevier.Com/Locate/Scp>
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Teknologi Pendidikan*, 10(1), 46–62.
- Bank Indonesia. (2012). *Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/ 22 /Pbi/2012*

Tentang Pemberian Kredit Atau Pembiayaan Oleh Bank Umum Dan Bantuan Teknis Dalam Rangka Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah.

- Bone, A. H. (2018). Analisis Distribusi Pemasaran Udang Windu (*Penaeus Monodon*) Di Kelurahan Margomulyo, Kecamatan Balikpapan Barat Kota Balikpapan. *Rawa Sains: Jurnal Sains Stiper Amuntai*, 8(2), 83–89. <https://doi.org/10.36589/Rs.V8i2.88>
- Chang, H.-H., & Meyerhoefer, C. (2020). Covid-19 And The Demand For Online Food Shopping Services: Empirical Evidence From Taiwan. *National Bureau Of Economic Research*. <https://www.nber.org/papers/W27427.pdf>
- Christina, I. D., Fenni, & Roselina, D. (2019). Digital Marketing Strategy In Promoting Product. *Management And Entrepreneurship: Trends Of Development*, 10(4), 58–66. <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2019-4/10-05> Digital
- Darmanto, Wardana, F. S., & Sulistyani, L. (2018). *KIAT PERCEPATAN KINERJA UMKM DENGAN MODEL STRATEGI ORIENTASI BERBASIS LINGKUNGAN*. Deepublish.
- Dewantari, A. (2018). Penerapan Saluran Distribusi Pada Perusahaan Pt. Tirta Marwah Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 241–249. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/viewfile/686/602>
- Dinkopukm. (2019). *Peserta Inkubator Kewirausahaan Sleman Curi Ilmu Sukses Langsung Dari Brownies Amanda*. <https://dinkopukm.slemankab.go.id/2019/09/12/peserta-inkubator-kewirausahaan-sleman-curi-ilmu-sukses-langsung-dari-brownies-amanda/>
- Eka, S. D. N. (2018). *Pengaruh Harga, Brand Image, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Outlet Amanda Brownies Kambang Iwak Palembang*. Uin Raden Fatah.
- Gayati, M. D. (2020). *Kemendag Paparkan Strategi Pemasaran Masa Pandemi*. [Antaranews.Com. https://www.antaranews.com/berita/1737093/kemendag-paparkan-strategi-pemasaran-masa-pandemi](https://www.antaranews.com/berita/1737093/kemendag-paparkan-strategi-pemasaran-masa-pandemi)
- Gökşen, Y., & Karabacak, S. (2018). Marketing Expansion Strategies In Multinational Marketing: The Role Of E-Business. *Economy, Finance And Business In Southeastern And Central Europe*, 675–688. https://doi.org/10.1007/978-3-319-70377-0_46
- Gujral, M., Rauzela, M., & Chuchu, T. (2016). An Application Of The Marketing

- Mix And Online Marketing As A Business Strategy For Smme Cafés In South Africa *Meenakshi. *Journal Of Economics And Behavioral Studies*, 8(3), 14–25.
- Handika, M. R., Maradona, A. F., & Dharma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Undiknas*, 15(2), 192–203. <https://doi.org/10.38043/Jmb.V15i2.601>
- Harmen. (2020). Dampak Pandemi Covid–19 Terhadap Ketersediaan Pakan Ternak Di Sumatera Barat. *Jurnal Pembangunan Nagari*, 5(2), 130–147. <https://ejournal.sumbarprov.go.id/index.php/jpn/article/view/199/85>
- Harsono. (2015). *SUKSES SEBELUM BERBISNIS*. Fairuz Media.
- Harsono. (2019). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN*. Jasmine.
- Haryono, E. (2020). *Neraca Perdagangan Kembali Surplus*. Bi.Go.Id. https://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/pages/sp_227020.aspx
- Hasmidyani, D., Suranto, & Soetjipto, B. E. (2019). Conceptual Model On Entrepreneurial Intention In Higher Education. *Humanities And Social Sciences Reviews*, 7(3), 17–24. <https://doi.org/10.18510/Hssr.2019.733>
- Heryadi, A. Y. (2011). Pola Pemasaran Sapi Potong Di Pulau Madura. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 5(2), 38–46.
- Huh, C. L. (2018). Communication Model Of Commitment And Engagement: Illustrations Of Exhibition Social Media Marketing. *Journal Of Convention And Event Tourism*, 19(4–5), 399–419. <https://doi.org/10.1080/15470148.2018.1498422>
- Igo, A., & Harisa, N. (2019). Analysis Of Promotion In Increasing Sales Volume In Pt. Hasjrat Abadi Perwakilan Unaaha. *International Journal Of Education And Research*, 7(9), 185–194.
- Irrubai, M. L. (2016). Strategi Labeling, Packaging Dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga. *Sosio-Didaktika: Social Science Education Journal*, 3(1), 15–30. <https://doi.org/10.15408/Sd.V3i1.3794>
- Karundeng, T. N., Mandey, S. L., & Sumarauw, J. S. B. (2018). Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus Di Cv. Karya Abadi, Manado). *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1748–1757. <https://doi.org/10.35794/Emba.V6i3.20444>
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada Pt Expand Berlian Mulia Di Semarang). *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83–98.

- Lutfita, A., & Dwiridotjahjono, J. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Hanacaraka Coffee Sidoarjo Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Revolusi Indonesia*, 1(4), 226–239.
- Mandasari, D. J., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123–128. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432>
- Muhammad, F. J. S., Harsono, H. J. P., & D, S. F. (2020). The 21st Century Skills Of Prospective Teacher Students In The Industrial Revolution 4.0 Era (The Adaptation And Problem-Solving Skill). *Journal Of Physics: Conference Series*, 1470(1), 0–9. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1470/1/012054>
- Nag, S. K., Gauraha, A. K., Banafar, K. N. S., & Chandrakar, M. R. (2018). Marketing Pattern Of Cashew Nut In Bastar District Of Chhattisgarh: A Case Study. *Plant Archives*, 18(1), 638–640.
- Nurissilawati, & Subagyo. (2016). Penentuan Strategi Saluran Distribusi Berdasarkan Karakteristik Produk Sukses. *Forum Teknik*, 37(1), 49–57.
- Nursidin, M. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Pada 96 Bakery. *Jurnal Bisnis Corporate*, 2(2), 64–69. <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/jubisco/article/view/174>
- Othman, B. A., Harun, A., Almeida, N. M. De, & Sadq, Z. M. (2020). The Effects On Customer Satisfaction And Customer Loyalty By Integrating Marketing Communication And After Sale Service Into The Traditional Marketing Mix Model Of Umrah Travel Services In Malaysia. *Journal Of Islamic Marketing*, 12(2), 363–388. <https://doi.org/10.1108/jima-09-2019-0198>
- Park, Y. W., & Shintaku, J. (2016). The Replication Process Of A Global Localisation Strategy: A Case Study Of Korean Firms. *International Journal Of Business Innovation And Research*, 10(1), 8–25. <https://doi.org/10.1504/ijbir.2016.073241>
- Peraturan Daerah Klaten Nomor 12 Tahun 2011. (2011).
- Pratiwi, R. A., & Syahrani, N. A. (2020). Strategi Pemasaran Umkm Salad Mertua Pontianak Di Masa Pandemic Covid-19. *Seminar Nasional Seri Ke 4 Program Studi Magister Manajemen*, 244–248.
- Prayoga, F. (2020). Pandemi Covid-19, Omzet Penjual Brownies Malah Naik 3 Kali Lipat. [Economy.Okezone.Com. https://economy.okezone.com/read/2020/07/10/320/2244466/pandemi-](https://economy.okezone.com/read/2020/07/10/320/2244466/pandemi-)

Covid-19-Omzet-Penjual-Brownies-Malah-Naik-3-Kali-Lipat

- Puspitasari, N. P. D., Nabillah, A. D., Bahari, R., Caksono, N. D., & Mustika. (2019). Penerapan Teknologi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Snack Tiwul. *Jsai (Journal Scientific And Applied Informatics)*, 2(2), 165–171. <https://doi.org/10.36085/Jsai.V2i2.352>
- Putri, M. A., Rosmayani, & Rosmita. (2018). Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi Usaha Kecil Menengah (Ukm) (Survei Pada Kue Bangkit “Syempana” Di Kota Pekanbaru). *Jurnal Valuta*, 4(2), 116–137.
- Ramanathan, U., Subramanian, N., & Parrott, G. (2017). Role Of Social Media In Retail Network Operations And Marketing To Enhance Customer Satisfaction. *International Journal Of Operations And Production Management*, 37(1), 105–123. <https://doi.org/10.1108/Ijopm-03-2015-0153>
- Rina, N., & Yuriadi, R. W. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Brand Image Brownies Amanda Sebagai Kue Oleh-Oleh Bandung. *Jurnal Lingkar Studi Komunikasi*, 5(1), 66–73. <https://doi.org/10.25124/Liski.V5i1>
- Rohimah, A. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Upaya Penguatan Produk Lokal Umkm Untuk Menembus Pasar Internasional. *Seminar Nasional Konsorsium Untag Se Indonesia*, 1(01), 284–295. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/Semnasuntag/article/download/1677/1419>
- Rubio, N., Villaseñor, N., & Yagüe, M. (2020). The Role Of Private Label Tiers And Private Label Naming Strategies In The Relationship Between Private Label Brand Equity And Store Loyalty. *Journal Of Product And Brand Management*, 29(1), 124–138. <https://doi.org/10.1108/Jpbm-09-2018-2017>
- Samari, S., & Hakimah, E. N. (2020). Kajian Etnometodologi: Pola Pemasaran Berpihak Masyarakat Pedesaan Kediri Pada Ritel Tradisional. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(1), 95–112. <https://doi.org/10.30737/Ekonika.V5i1.712>
- Sari, D. E., Santoso, S., & Susilaningsih. (2017). The Development Of Web-Based Special Job Market (Bkk) Of Smk Negeri Jatipuro, Karanganyar Regency To Increase The Absorbability Of Graduates In The Working World. *Tata Arta*, 3(3), 143–152. <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/Sd/2554/19755.pdf>
- Sari, D. E., Tiara, Narimo, S., & Saputra, R. C. (2020). The Effect Of Financial Literacy And Pocket Money On Consumer Behavior Of Universitas Muhammadiyah Surakarta (Ums) Students. *International Journal Of*

Scientific And Technology Research, 9(2), 4235–4237.

- Sari, L. P., & Utpalasari, R. L. (2019). *Pola Pemasaran Ikan Patin (Pangasius Sp.) Di Pasar Jakabaring Kota Palembang*. 8(2), 112–115.
- Setyadi, M. (2015). Analisis Rancangan, Seleksi, Dan Pelaksanaan Saluran Distribusi Internasional Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Luar Negeri (Studi Kasus Pada Pt. Behaestex Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 23(2), 86003.
- Sholeh, R., & Huda, K. (2019). Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Volume Pejualan Ritel Di Kota Mojokerto. *Optima*, 3(1), 81–90. <https://doi.org/10.33366/Optima.V3i1.1253>
- Sholihin, M. M., & Novitasari, S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasusud. Frotuna Brownies Kukus Gresik). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 9(1), 33–44.
- Sifa, R. (2016). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian Venus Bakery*. Ravena Sifa Nim: 1112081000048 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Siregar, F. A. (2019). *Analisis Pola Pemasaran Dan Strategi Pemasaran Usaha Ternak Burung Lovebird (Agapornis Sp) Di Kecamatan Medan Marelan Kota Medan*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Solimun, S., & Fernandes, A. A. R. (2018). The Mediation Effect Of Customer Satisfaction In The Relationship Between Service Quality, Service Orientation, And Marketing Mix Strategy To Customer Loyalty. *Journal Of Management Development*, 37(1), 76–87.
- Suranto, & Nilamsari, D. (2020). *Nilai-Nilai Entrepreneur Pada Pasar Wisata Papringan*.
- Suranto, Soetjipto, B. E., Wahyono, H., Haryono, A., & Rodzalan, S. A. (2019). Community Based Tourism: Revitalization Of Villages Through Bamboo Plantation Conservation. *Humanities And Social Sciences Reviews*, 7(2), 331–339. <https://doi.org/10.18510/Hssr.2019.7239>
- Suwandi, J. (2017). *PENGANTAR ILMU EKONOMI*. Muhammadiyah University Press.
- Suwandi, J. (2018). *EKONOMI MAKRO*. Zahra Offset.
- Syapsan, S. (2019). The Effect Of Service Quality, Innovation Towards Competitive Advantages And Sustainable Economic Growth: Marketing Mix

- Strategy As Mediating Variable. *Benchmarking*, 26(4), 1336–1356. <https://doi.org/10.1108/Bij-10-2017-0280>
- Tuncel, O., Taneri, N., & Hasija, S. (2018). Why Are Minimum Order Quantity Contracts Popular In Practice? A Behavioral Investigation. *Ssrn Electronic Journal*, 1–32. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3169112>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. (2014). In *Undang-Undang Republik Indonesia* (Vol. 53, Nomor 9, Hal. 1689–1699). <http://www.kemendag.go.id/files/regulasi/2014/03/11/7-Tahun-2014-Id-1398758805.pdf>
- Vinerean, S. (2017). Importance Of Strategic Social Media Marketing. *Expert Journal Of Marketing*, 5(1), 28–35. <https://doi.org/10.1515/mt-1999-417-807>
- Wafroturrohmah, Syah, M. F. J., Suyatmini, Faathirisshofia, F., & Rofi'ah, N. (2020). Evaluation On Teaching Factory Implementation: Studies In Management, Workshop, And Learning-Pattern Aspects. *International Journal Of Innovation, Creativity And Change*, 12(2), 203–215.
- Weydekamp, J., Lumy, T. D. F., Endoh, E. K. M., & Oroh, F. N. S. (2019). Pola Pemasaran Sapi Potong Jenis Peranakan Ongole Di Pasar Blantik Kawangkoan (Studi Kasus). *Zootec*, 39(2), 435–443. <https://doi.org/10.35792/zot.39.2.2019.25759>
- Wibowo, D. H., Zainul, A., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 29(1), 59–66.
- Wibowo, M. E., Daryanto, A., & Rifin, A. (2018). Strategi Pemasaran Produk Sosis Siap Makan (Studi Kasus: Pt Primafood Internasional). *Manajemen Ikm: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(1), 29–38. <https://doi.org/10.29244/mikm.13.1.29-38>
- Winarso, W. (2018). Analisa Strategi Marketing Dalam Mengidentifikasi Dan Memilih Pasar Sasaran Perusahaan. *Jurnal Karya Ilmiah*, 17(2), 1–17. <http://repository.ubharajaya.ac.id/id/eprint/766>